



訪日外国人の消費動向

訪日外国人消費動向調査結果及び分析

平成 23 年 10-12 月期 報告書

訪日外国人の消費動向

平成 23 年 10-12 月期 報告書

目 次

I 平成 23 年 10-12 月期における 訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容	
(1) 回答者属性	6
(2) 泊数	6
(3) 旅行内容	7
2. 訪日外国人の旅行支出	
(1) 旅行支出	12
(2) 手配別にみる旅行支出	13
(3) 来訪目的別にみる旅行支出	15
3. 土産品の購入実態	
(1) 費目別購入率	16
(2) 費目別購入者単価	16
(3) 買物場所	17
(4) 利用した金融機関と決済方法	17
4. 旅行情報源	
(1) 出発前に得た旅行情報	18
(2) 日本滞在中に得た旅行情報	19
(3) 日本滞在中にあると便利な情報	20

5. 満足度と再訪意向	
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向	21
(2) 今回実施した活動と 次回実施したい活動	21
(3) 活動別にみる満足度	22
(4) 最も満足した購入商品	22

II 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要	27
2. 調査結果の利用上の注意	27

<集計表>

第1表 国籍別 標本属性および旅行内容	表-1
第2表 居住地別 標本属性および旅行内容	表-7
第3表 主な宿泊地別 標本属性および旅行内容	表-13
第4表 国籍別 費目別購入率および購入者単価	表-33
第5表 居住地別 費目別購入率および購入者単価	表-34
第6表 主な宿泊地別 費目別購入率および購入者単価	表-35
第7表 国籍別 1人1回当たり旅行消費単価	表-39
第8表 居住地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-42
第9表 主な宿泊地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-45
参考表 国籍別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表 国籍別 都道府県別訪問率	表-74

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

I 平成 23 年 10-12 月期における訪日外国人の消費動向の分析結果

1. 訪日外国人の属性と旅行内容

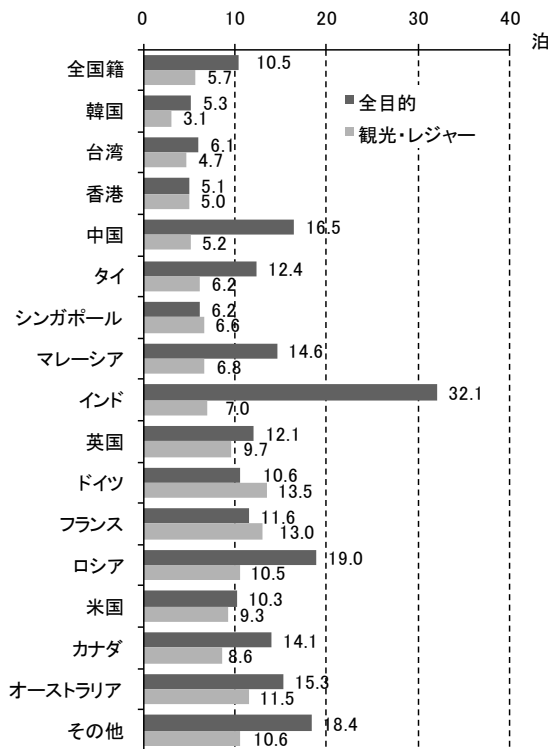
(1) 回答者属性

- 性別の構成比は男性 61.0%、女性 39.0% である。
- 性年代別でみると、「男性 30 代」19.8%、「男性 40 代」15.1%、「女性 30 代」11.7%、「男性 20 代」11.0%の順で多い（注：性年代別の構成比には調査対象外である 15 歳未満を含まない）。

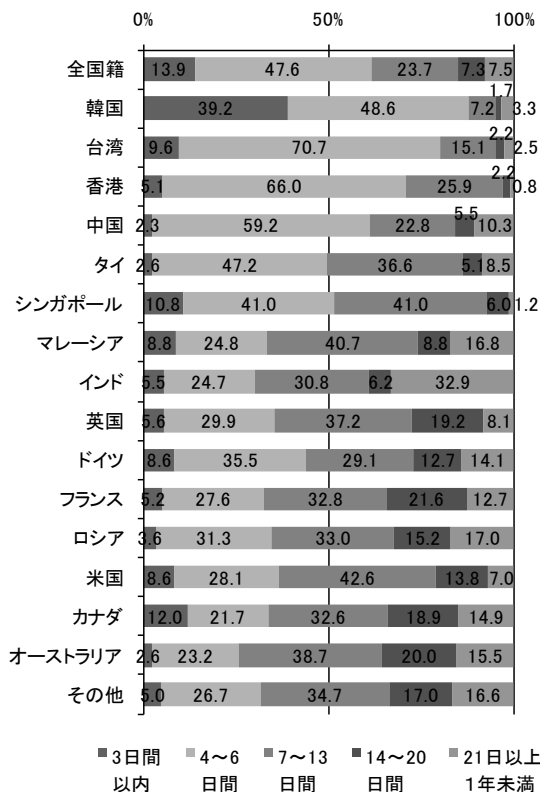
(2) 泊数

- 回答者全体の平均泊数は 10.5 泊である。中国を除く東アジアの平均泊数は短く、欧米の平均泊数は長い（図表 1-1）。
- 観光・レジャーを目的とした訪日外国人の平均泊数は 5.7 泊である。東アジアからの観光客は平均泊数が短く、全目的での平均泊数の比較的長い中国でも観光・レジャー目的に限ると平均泊数は 5.2 泊である。
- 滞在日数の分布をみると、6 日間以内の滞在が 6 割を占める。一方で、「21 日以上 1 年未満」の長期滞在者は 7.5% を占める。国籍別では、韓国で「3 日間以内」の割合が 39.2% と特に高い（図表 1-2）。

図表 1-1 平均泊数（国籍別）



図表 1-2 滞在日数の分布（国籍別）



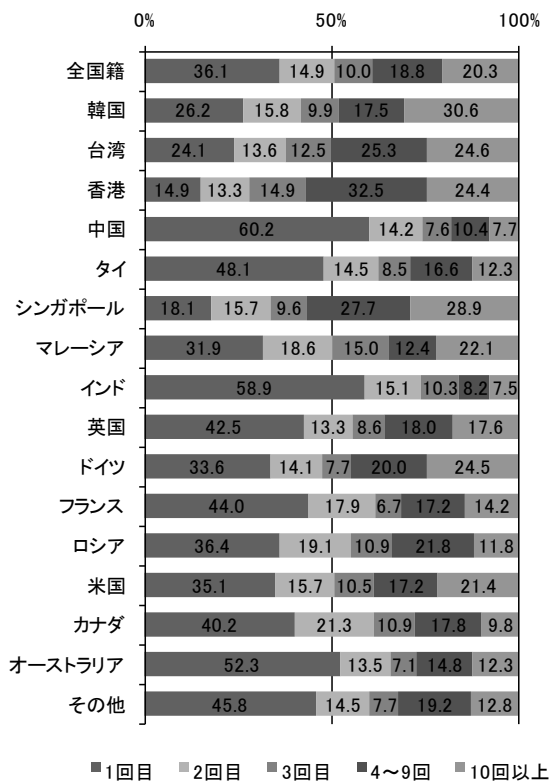
(3) 旅行内容

[全目的]

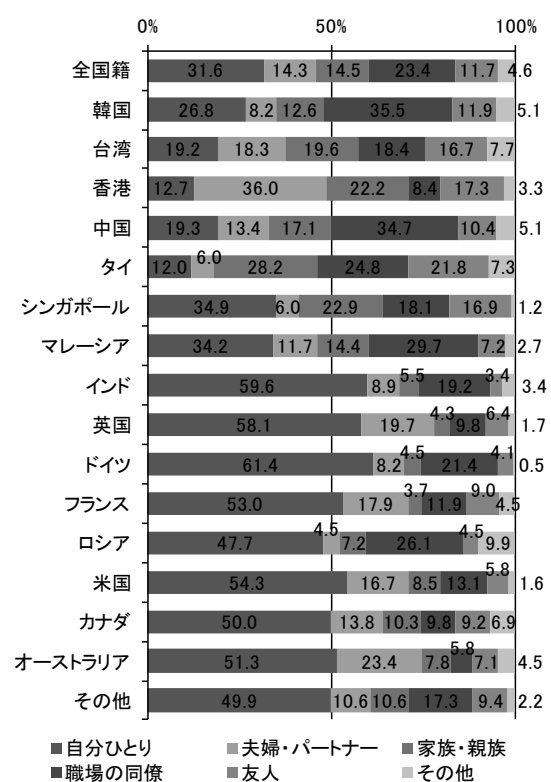
- 日本への来訪回数では、「1回目」が全体の36.1%、「2回目」が14.9%を占める。一方、「10回以上」が20.3%と少なくない。国籍別では、中国で「1回目」の割合が60.2%と高く、韓国で「10回以上」が30.6%と高い(図表1-3)。

- 同行者は、「自分ひとり」31.6%、「職場の同僚」23.4%、「家族・親族」14.5%、「夫婦・パートナー」14.3%、「友人」11.7%の順となっている。国籍別では、ロシアを除く欧米で「自分ひとり」が5割を超える。韓国や中国では「職場の同僚」、香港では「夫婦・パートナー」の割合が高い(図表1-4)。

図表 1-3 日本への来訪回数 (国籍別、全目的)



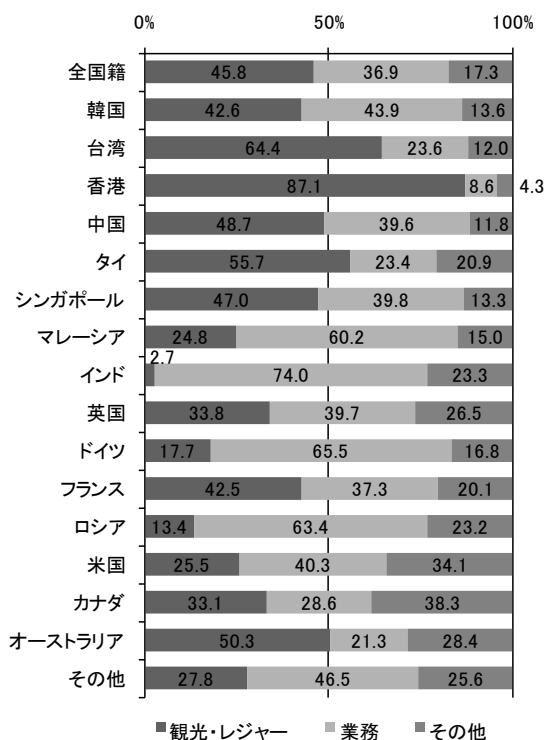
図表 1-4 同行者 (国籍別、全目的)



注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 訪日外国人の主な来訪目的は「観光・レジャー」目的が全体の45.8%を占める。国籍別では香港で「観光・レジャー」の割合が87.1%と他国籍に比べて高い。「業務（展示会・見本市／国際会議／社内会議／研修／商談等その他ビジネス）」目的の割合は36.9%を占めた。国籍別ではインドで「業務」の割合が74.0%と高い（図表1-5）。

図表 1-5 主な来訪目的（国籍別、全目的）



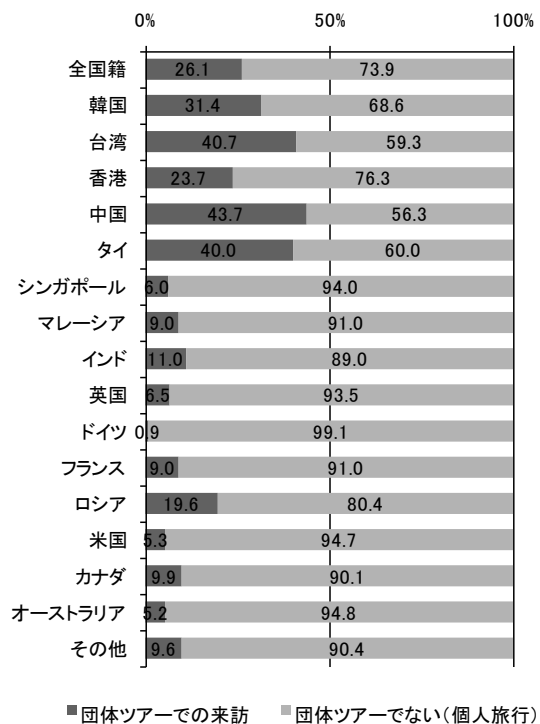
- 利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）では、82.6%が「ホテル（洋室中心）」を利用している。国籍別では台湾と中国で「旅館（和室中心）」利用率が約3割と高い。また、欧米人は「親族・知人宅」の利用率がアジア人に比べて高い（図表1-6）。

図表 1-6 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍別、全目的）

	ホテル (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニアム	親族・ 知人宅	(%)
全国籍	82.6	18.7	1.6	11.3	
韓国	85.0	10.8	0.7	10.2	
台湾	83.8	30.2	1.7	6.5	
香港	94.3	20.3	0.8	2.4	
中国	81.6	29.9	2.4	7.7	
タイ	76.6	27.7	3.8	10.6	
シンガポール	91.6	14.5	0.0	9.6	
マレーシア	77.8	9.3	3.7	7.4	
インド	62.8	5.5	3.4	8.3	
英国	85.0	13.2	0.9	20.9	
ドイツ	88.1	11.0	0.9	7.3	
フランス	85.8	19.4	0.7	20.1	
ロシア	74.1	8.0	3.6	14.3	
米国	75.6	10.4	1.6	21.5	
カナダ	73.1	12.0	2.9	29.1	
オーストラリア	81.9	23.2	2.6	21.3	
その他	77.8	12.6	2.0	15.9	

- 旅行形態では「団体ツアーでの来訪」が26.1%を占める。国籍別では、台湾、中国、タイで同割合が4割を超える（図表1-7）。

図表 1-7 団体ツアー参加状況（国籍別、全目的）



- 都道府県別の訪問率を国籍別にみると、いずれの国籍からも東京都や大阪府への訪問率が高く、北海道や神奈川県、愛知県、京都府、福岡県への訪問率も上位に目立つ。その他、韓国からは大分県や熊本県、香港からは沖縄県、米国からは千葉県への訪問率が高い（図表 1-8）。

図表 1-8 都道府県別訪問率
（主要国籍別、全目的、上位 5 箇所）

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	441	33.6%
2位	福岡県	352	26.8%
3位	大阪府	226	17.2%
4位	大分県	195	14.9%
5位	熊本県	127	9.7%
回答者数および訪問率延べ合計		1,313	160.0%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	426	36.2%
2位	大阪府	241	20.5%
3位	北海道	228	19.4%
4位	京都府	160	13.6%
5位	愛知県	96	8.2%
回答者数および訪問率延べ合計		1,176	175.7%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	170	45.8%
2位	大阪府	79	21.3%
3位	沖縄県	54	14.6%
4位	北海道	40	10.8%
5位	福岡県	31	8.4%
回答者数および訪問率延べ合計		371	170.6%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	611	62.9%
2位	大阪府	475	48.9%
3位	愛知県	262	27.0%
4位	京都府	253	26.0%
5位	神奈川県	226	23.3%
回答者数および訪問率延べ合計		972	267.8%

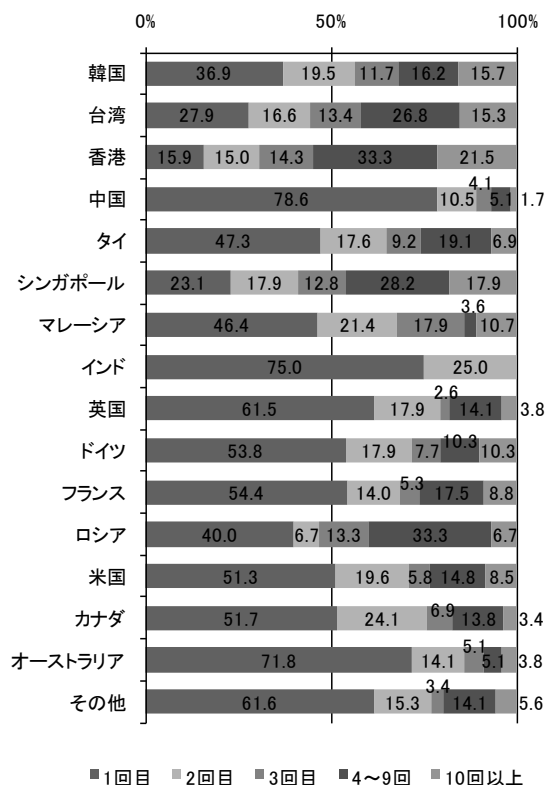
【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	476	64.2%
2位	京都府	146	19.7%
3位	神奈川県	118	15.9%
4位	大阪府	109	14.7%
5位	千葉県	75	10.1%
回答者数および訪問率延べ合計		742	192.3%

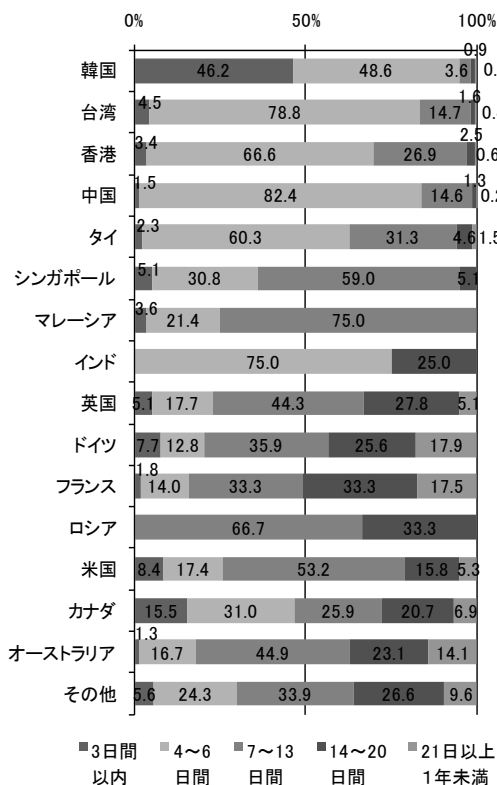
〔観光・レジャー目的〕

- 観光・レジャー目的で訪れた訪日外国人の滞在日数を国籍別にみると、韓国では「3日間以内」の滞在が46.2%と他国籍に比べて多い。また台湾や中国では「4～6日間」の割合が高く約8割を占める。フランスでは14日以上の滞在が半数を占める（図表1-9）。
- 日本への来訪回数では、中国、インド、オーストラリアでは「1回目」が7割以上を占める。台湾、香港、シンガポールでは2回目以上の割合が高い（図表1-10）。
- 同行者は、東南アジアでは「家族・親族」の割合が高く、欧米では「自分ひとり」の割合が高い（図表1-11）。

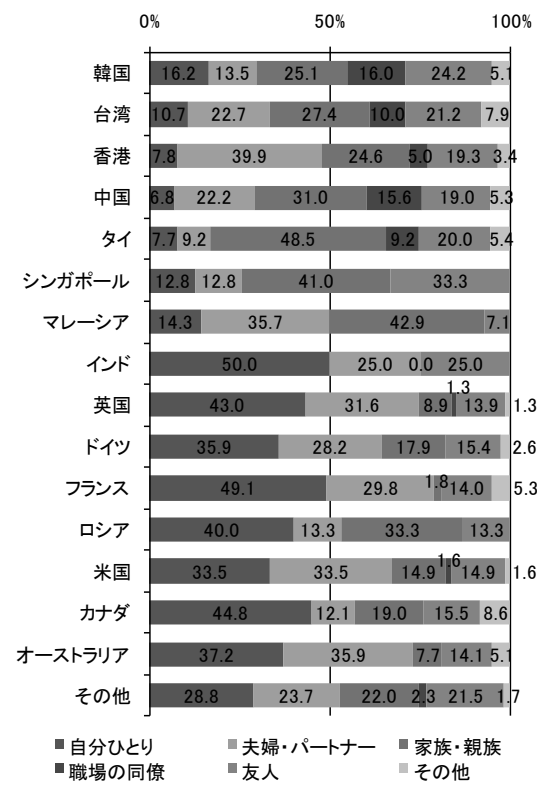
図表 1-10 日本への来訪回数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-9 滞在日数
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



図表 1-11 同行者
(国籍別、観光・レジャー目的のみ)



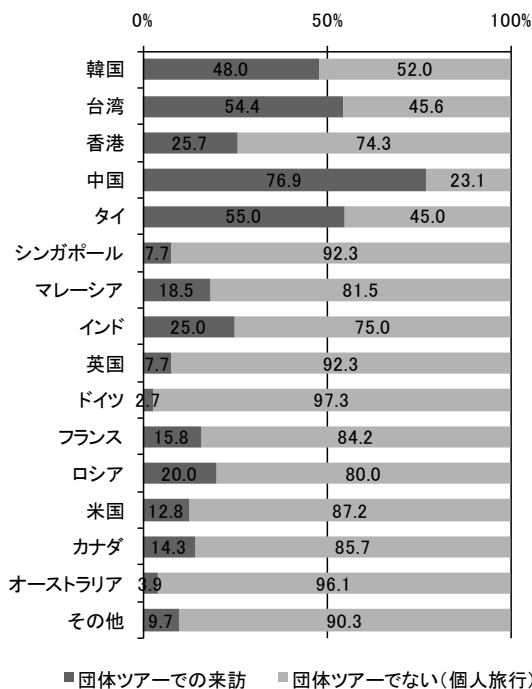
注) 「同行者」の設問は複数回答。上記図表では「同行者」を2つ以上選択した回答を「その他」として集計している。

- 利用した宿泊施設タイプ（複数回答）をみると、「ホテル」の利用が主流であるが、中国では「旅館」の利用率も 46.8% と高い（図表 1-12）。
- 団体ツアー参加状況をみると、中国で参加率が 76.9% を占める。欧米では一般的に個人旅行が大半を占める（図表 1-13）。

図表 1-12 宿泊施設タイプ（複数回答）
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）

	ホテル (洋室中心)	旅館 (和室中心)	別荘・コンド ミニウム	親族・ 知人宅
韓国	87.9	18.7	0.7	4.8
台湾	86.7	37.8	1.3	4.2
香港	95.0	22.4	0.9	1.2
中国	93.2	46.8	0.0	2.1
タイ	85.5	37.4	2.3	6.1
シンガポール	92.3	28.2	0.0	10.3
マレーシア	92.6	11.1	0.0	3.7
インド	75.0	25.0	0.0	0.0
英国	87.3	27.8	0.0	13.9
ドイツ	84.6	23.1	2.6	12.8
フランス	86.0	33.3	0.0	22.8
ロシア	93.3	6.7	0.0	20.0
米国	84.7	15.3	1.6	15.9
カナダ	81.0	19.0	1.7	19.0
オーストラリア	91.0	32.1	2.6	9.0
その他	88.7	26.0	0.0	10.7

図表 1-13 団体ツアー参加状況
（国籍別、観光・レジャー目的のみ）



- 観光客の都道府県別の訪問率を国籍別にみると、いずれも東京都や大阪府への訪問率が高い。台湾や中国、米国では京都府が上位にあがっている他、韓国や香港では福岡県、台湾や香港では北海道、台湾や中国では愛知県、中国や米国では神奈川県への訪問率も高い。その他、韓国では大分県や熊本県、香港では沖縄県、米国では千葉県への訪問率が高い（図表 1-14）。

図表 1-14 都道府県別訪問率
（主要国籍別、観光・レジャー目的のみ、上位 5 箇所）

【韓国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	福岡県	241	43.3%
2位	大分県	158	28.4%
3位	大阪府	106	19.0%
4位	熊本県	99	17.8%
5位	東京都	88	15.8%
回答者数および訪問率延べ合計		557	182.0%

【台湾】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	238	31.4%
2位	北海道	188	24.8%
3位	大阪府	156	20.6%
4位	京都府	128	16.9%
5位	愛知県	73	9.6%
回答者数および訪問率延べ合計		757	192.3%

【香港】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	141	43.7%
2位	大阪府	67	20.7%
3位	沖縄県	53	16.4%
4位	北海道	40	12.4%
5位	福岡県	28	8.7%
回答者数および訪問率延べ合計		323	174.6%

【中国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	368	78.0%
2位	大阪府	336	71.2%
3位	京都府	192	40.7%
4位	愛知県	162	34.3%
5位	神奈川県	161	34.1%
回答者数および訪問率延べ合計		472	350.6%

【米国】

順位	都道府県名	回答数	訪問率
1位	東京都	144	75.8%
2位	京都府	78	41.1%
3位	大阪府	32	16.8%
4位	神奈川県	24	12.6%
5位	千葉県	20	10.5%
回答者数および訪問率延べ合計		190	238.4%

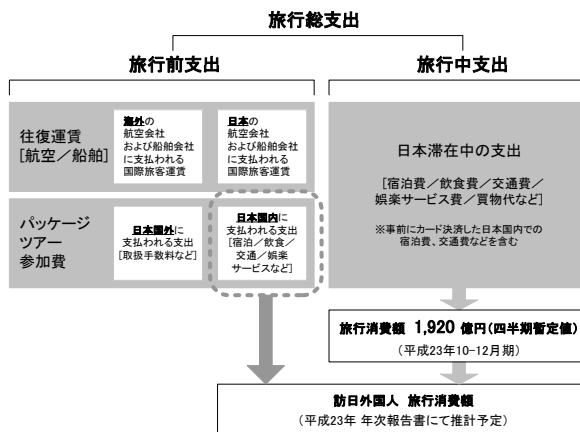
2. 訪日外国人の旅行支出

(1) 旅行支出

- 平成23年10-12月期における訪日外国人の旅行中支出額は平均 110,351 円と推計される。また、旅行前支出額（パッケージツアー代または日本までの往復運賃）は平均 87,140 円、両者を合算した総支出額は平均 197,492 円と推計される（図表 2-2）。
- 国籍別に旅行中支出額を比較すると、オーストラリアが 18.7 万円と最も高く、ロシア（17.9 万円）、インド（16.1 万円）が続く。

- 1泊当たり旅行中支出額は 10,515 円、旅行前支出を含めた 1泊当たり総支出額は 18,818 円となっている。

図表 2-1 旅行支出の推計範囲についての概念図



図表 2-2 平成 23 年 10-12 月期 訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍別）※四半期暫定値

国籍	標本数	(円/人)				(円/人泊)		
		a.パッケージツアー 往復航空運賃支出 (旅行前支出額)	b.日本国内に おける旅行支出 (旅行中支出額)	c.総支出額 (=a.+b.)	総支出額 標準誤差率	d.平均泊数	1泊当り 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当り 総支出額 (=c./d.)
全国籍	6,766	87,140	110,351	197,492	-	10.5	10,515	18,818
韓国	1,298	44,047	61,767	105,814	3.5%	5.3	11,758	20,143
台湾	1,167	61,952	80,073	142,025	2.6%	6.1	13,182	23,381
香港	366	65,542	91,420	156,961	4.6%	5.1	18,089	31,057
中国	966	79,589	158,555	238,145	3.5%	16.5	9,581	14,391
タイ	230	88,850	103,744	192,594	6.7%	12.4	8,349	15,500
シンガポール	83	75,171	105,373	180,543	10.3%	6.2	17,049	29,211
マレーシア	112	92,144	99,996	192,141	13.3%	14.6	6,828	13,119
インド	144	103,257	161,142	264,399	8.1%	32.1	5,022	8,240
英国	233	128,490	133,623	262,114	6.6%	12.1	11,006	21,589
ドイツ	220	157,675	114,208	271,882	7.2%	10.6	10,825	25,771
フランス	134	153,828	145,431	299,259	6.3%	11.6	12,540	25,805
ロシア	111	114,368	179,472	293,839	13.2%	19.0	9,468	15,502
米国	741	133,757	127,735	261,492	4.0%	10.3	12,454	25,496
カナダ	174	133,056	141,753	274,809	9.8%	14.1	10,084	19,549
オーストラリア	155	143,091	187,097	330,188	7.0%	15.3	12,205	21,540
その他	632	151,054	147,487	298,541	3.7%	18.4	8,009	16,212

注) 支出額の全体平均は、国籍別平均値を日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」(10-12月期)をウェイトとして加重平均したもの

【参考】 訪日外国人1人当たり旅行支出額の推移

調査時期	(円/人)			
	旅行前支出額	旅行中支出額	総支出額	
平成22年	10-12月期	92,906	114,921	207,827
平成23年	1-3月期	89,910	113,187	203,097
	4-6月期	85,285	111,121	196,406
	7-9月期	84,207	120,315	204,522
	10-12月期	87,140	110,351	197,492

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【参考】平成 23 年 10-12 月期における

- 訪日外国人の日本における旅行中支出額に、同期間の訪日外客数を乗じることで、訪日外国人の旅行消費額は 1,920 億円と推計される（図表 2-3）。
- 国籍別の旅行消費額は、①中国 441 億円（構成比 23.0%）、②韓国 252 億円（同 13.1%）、③台湾 218 億円（同 11.4%）、④米国 208 億円（同 10.9%）、⑤香港 104 億円（同 5.4%）の順であり、上位 5 カ国で全体の 63.7%を占める。

（2）手配別にみる旅行支出

- パッケージツアー利用客は全体の 29.1%を占める。台湾、香港、中国では同利用率が 4 割を超える（図表 2-4）。
- パッケージツアー購入者単価（旅行前支出額）は平均 97,687 円、ツアー利用客の旅行中支出額は同 66,966 円である。
- 個人手配客の出発国から日本までの往復運賃は平均 82,813 円、個人手配客の旅行中支出額は同 131,194 円である。
- 総支出額はツアー利用客で 164,653 円、個人手配客で 214,008 円である。

図表 2-3 平成 23 年 10-12 月期 訪日外国人の旅行消費額（国籍別）※四半期暫定値

国籍	(円/人)	(人)	(億円)	構成比
	a.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	b.訪日外客数 ^{注1} (JNTO速報値)	c.訪日外国人 旅行消費額 ^{注2} (=a.×b.)	
全国籍	110,351	1,739,901	1,920.0	100.0%
韓国	61,767	407,859	251.9	13.1%
台湾	80,073	272,503	218.2	11.4%
香港	91,420	113,668	103.9	5.4%
中国	158,555	278,274	441.2	23.0%
タイ	103,744	49,817	51.7	2.7%
シンガポール	105,373	44,187	46.6	2.4%
マレーシア	99,996	28,342	28.3	1.5%
インド	161,142	15,188	24.5	1.3%
英国	133,623	41,902	56.0	2.9%
ドイツ	114,208	27,029	30.9	1.6%
フランス	145,431	28,456	41.4	2.2%
ロシア	179,472	10,457	18.8	1.0%
米国	127,735	163,132	208.4	10.9%
カナダ	141,753	31,677	44.9	2.3%
オーストラリア	187,097	45,423	85.0	4.4%
その他	147,487	181,987	268.4	14.0%

注1) 出典：日本政府観光局（JNTO） ※平成23年10月は暫定値、同年11-12月は推計値を使用した。

注2) 四半期報告書に掲載する「旅行消費額」は「旅行中支出額」の合算値であり、パッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃を含まない。

【参考】訪日外国人の旅行消費額の推移

調査時期	(円/人)	(人)	(億円)
	旅行中支出額	訪日外客数	旅行消費額
平成22年 10-12月期	114,921	2,010,476	2,310.5
平成23年	1-3月期	1,746,163	1,976.4
	4-6月期	1,086,492	1,207.3
	7-9月期	1,646,719	1,981.3
	10-12月期	1,739,901	1,920.0

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

- ・ 訪日外客数については、日本政府観光局（JNTO）が公表している平成 24 年 1 月時点の最新データを用いた。
- ・ 四半期毎に作成する旅行消費額には、パッケージ参加費に含まれる日本国内に支払われる宿泊費や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃等を含まない。

図表 2-4 手配別にみる訪日外国人1人当たり旅行支出（国籍別）※四半期暫定値

【パッケージツアー利用者】

国籍	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	パッケージツアー購入率	a.パッケージツアー購入者単価 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	パッケージツアー客 総支出額 (a.+b.)	d.平均泊数	1泊当たり 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当たり 総支出額 (=c./d.)
全国籍	29.1	97,687	66,966	164,653	5.4	12,419	30,535
韓国	33.6	60,957	31,062	92,019	2.6	11,959	35,429
台湾	46.0	85,323	42,315	127,638	4.3	9,925	29,938
香港	43.1	76,202	68,284	144,486	4.4	15,388	32,560
中国	46.3	101,028	124,923	225,951	5.6	22,325	40,380
タイ	37.0	130,007	54,574	184,582	4.8	11,386	38,510
シンガポール	7.2	149,052	102,915	251,967	5.7	18,161	44,465
マレーシア	8.8	159,554	77,732	237,286	5.5	14,133	43,143
インド	4.8	250,677	83,855	334,532	8.7	9,623	38,389
英国	6.8	197,414	59,016	256,430	7.3	8,140	35,370
ドイツ	2.3	285,349	48,440	333,789	20.8	2,329	16,048
フランス	10.4	359,733	70,981	430,714	13.9	5,096	30,923
ロシア	5.4	199,254	6,928	206,183	9.0	770	22,909
米国	6.3	223,023	44,792	267,815	8.3	5,426	32,442
カナダ	9.1	174,074	65,043	239,118	17.1	3,798	13,963
オーストラリア	10.3	353,902	136,100	490,001	11.6	11,707	42,151
その他	8.9	234,443	98,628	333,071	31.0	3,178	10,732

【参考】パッケージツアー利用客の旅行支出額の推移

調査時期	調査時期	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		旅行前支出額 (パッケージ料金)	旅行中支出額	総支出額	平均泊数	1泊あたり 旅行中支出額	1泊あたり 総支出額
平成22年	10-12月期	122,607	64,116	186,723	5.9	10,919	31,799
平成23年	1-3月期	112,326	52,270	164,596	5.1	10,155	31,976
	4-6月期	98,199	64,526	162,725	7.2	8,959	22,592
	7-9月期	88,110	58,358	146,468	5.4	10,715	26,892
	10-12月期	97,687	66,966	164,653	5.4	12,419	30,535

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

【個人手配客】

国籍	(%)	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
	往復運賃購入率	a.往復運賃購入者単価 (旅行前支出額)	b.日本国内における旅行支出 (旅行中支出額)	個人手配客 総支出額 (a.+b.)	d.平均泊数	1泊当たり 旅行中支出額 (=b./d.)	1泊当たり 総支出額 (=c./d.)
全国籍	70.9	82,813	131,194	214,008	12.6	10,422	17,001
韓国	66.4	35,495	82,506	118,001	6.6	12,508	17,890
台湾	54.0	42,061	116,967	159,028	7.6	15,358	20,881
香港	56.9	57,458	111,173	168,631	5.5	20,135	30,542
中国	53.7	61,108	192,758	253,866	26.0	7,417	9,768
タイ	63.0	64,656	138,989	203,646	16.9	8,218	12,041
シンガポール	92.8	69,414	105,588	175,002	6.2	16,973	28,132
マレーシア	91.2	85,600	102,987	188,587	15.5	6,630	12,140
インド	95.2	95,833	166,105	261,939	33.3	4,993	7,874
英国	93.2	123,432	141,341	264,773	12.5	11,307	21,182
ドイツ	97.7	154,706	116,276	270,981	10.3	11,276	26,279
フランス	89.6	129,806	157,529	287,335	11.3	13,910	25,372
ロシア	94.6	109,563	185,634	295,197	19.5	9,510	15,124
米国	93.7	127,746	134,103	261,849	10.4	12,906	25,199
カナダ	90.9	128,928	151,428	280,356	13.7	11,014	20,392
オーストラリア	89.7	118,825	194,012	312,837	15.8	12,314	19,856
その他	91.1	142,859	152,970	295,829	17.2	8,907	17,225

【参考】個人手配客の旅行支出額の推移

調査時期	調査時期	(円/人)	(円/人)	(円/人)	(泊)	(円/人泊)	(円/人泊)
		旅行前支出額 (往復運賃)	旅行中支出額	総支出額	平均泊数	1泊あたり 旅行中支出額	1泊あたり 総支出額
平成22年	10-12月期	82,326	134,994	217,320	13.3	10,147	16,335
平成23年	1-3月期	79,416	145,486	224,902	17.6	8,283	12,804
	4-6月期	80,092	132,173	212,265	15.3	8,630	13,860
	7-9月期	82,712	148,118	230,830	22.1	6,715	10,464
	10-12月期	82,813	131,194	214,008	12.6	10,422	17,001

注) 訪日外客数の更新等に伴い、前回公表値から一部数値を改訂した。

(3) 来訪目的別にみる旅行支出

- 来訪目的別の旅行中支出額は、「観光・レジャー」95,470 円、「商談等その他ビジネス」134,406 円、「親族・知人訪問」107,949 円などとなっている（図表 2-5）。

- 来訪目的別の市場規模を推計すると、「観光・レジャー」の旅行消費額は 761 億円で全体の 39.1%を占める。これに対し、「展示会・見本市」「国際会議」「研修」「社内会議」「商談等その他ビジネス」を合算した「業務」目的の旅行消費額は 787 億円で、全体の 40.4%を占める。

図表 2-5 来訪目的別にみる訪日外国人1人当たり旅行中支出額（主要国籍別）※四半期暫定値

来訪目的	観光・レジャー	親族・知人訪問	ハネムーン	学校関連の旅行	イベント	留学	インセンティブツアー	業務					その他	
								展示会・見本市	国際会議	社内会議 (自社施設以外で開催されたもの)	研修	商談等 その他 ビジネス		
旅行中支出額 (円/人)	全国籍	95,470	107,949	81,895	50,907	73,657	256,991	121,368	87,570	101,158	127,649	117,620	134,406	179,378
	韓国	46,593	84,164	-	32,449	31,683	150,875	-	69,109	77,669	61,676	45,848	82,278	110,153
	台湾	67,563	119,666	48,019	13,500	22,700	476,000	33,000	84,463	66,483	95,254	116,478	94,313	236,425
	香港	91,108	98,638	198,334	-	14,875	-	21,404	25,556	70,000	110,900	79,902	123,153	92,667
	中国	138,790	138,835	112,700	-	128,833	486,714	86,196	95,225	158,050	150,417	164,344	243,519	106,954
	米国	142,352	91,647	225,257	57,000	63,897	179,511	-	79,692	92,240	134,730	154,373	139,025	158,029
【参考】消費額 (億円)	全国籍	761.4	166.0	11.5	6.8	9.4	46.2	5.1	46.3	66.6	189.7	131.8	352.1	152.3
	韓国	80.9	27.0	0.5	1.6	0.7	4.7	0.0	19.1	13.5	6.7	13.3	77.3	13.7
	台湾	118.6	13.8	4.2	0.2	0.2	2.2	0.4	5.5	4.5	10.3	8.6	30.9	21.3
	香港	90.2	2.1	0.6	0.0	0.1	0.0	0.1	0.2	0.4	2.7	1.0	6.0	1.1
	中国	187.9	25.5	3.2	0.0	1.1	11.2	0.7	7.1	10.4	33.2	44.3	114.6	8.0
	米国	59.3	31.3	2.0	0.1	1.8	3.1	0.3	1.9	6.9	36.3	11.2	30.2	24.6
目的別 構成比 (%) ヨコ計=100	全国籍	39.1	8.5	0.6	0.3	0.5	2.4	0.3	2.4	3.4	9.8	6.8	18.1	7.8
	韓国	31.2	10.4	0.2	0.6	0.3	1.8	0.0	7.4	5.2	2.6	5.1	29.8	5.3
	台湾	53.8	6.3	1.9	0.1	0.1	1.0	0.2	2.5	2.0	4.7	3.9	14.0	9.7
	香港	86.2	2.0	0.6	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.4	2.6	0.9	5.8	1.1
	中国	42.0	5.7	0.7	0.0	0.2	2.5	0.2	1.6	2.3	7.4	9.9	25.6	1.8
	米国	28.4	15.0	0.9	0.1	0.9	1.5	0.1	0.9	3.3	17.4	5.3	14.4	11.8

注) 上表における「消費額」は「旅行中支出額」に「訪日外客数」を乗じて算出したものであり、「旅行前支出額」に含まれる国内収入分は含まれていない。
来訪目的無回答者が存在するため、上表の来訪目的別消費額の合計値は平成23年10-12月期旅行消費額とは一致しない。

上表 各セルの 標本数	全国籍	韓国	台湾	香港	中国	米国	その他	合計
	2,974	623	57	52	54	71	17	190
	282	632	429	1,021	354	40	39	4
	4	4	16	26	11	11	34	122
	32	92	142	163	99	69	99	69

注) 標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

3. 土産品の購入実態

(1) 費目別購入率

- 購入率（その費目を購入した人の割合）が最も高い費目は「菓子類」であり、訪日外国人の52.6%が購入している。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が高い。国籍別では、多くの費目で中国の購入率が高い（図表3-1）。

(2) 費目別購入者単価

- 費目別の購入者単価（その費目を購入した人における当該費目の平均支出額）は、「カメラ・ビデオカメラ・時計」が4.6万円と高い。
- 来訪目的別にみると、購入率は「観光・レジャー」客の方が「業務」客に比べて高い傾向があるが、購入者単価の大小は国籍や費目によって異なる（図表3-2）。

図表3-1 費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	全国籍		韓国		台湾		香港		中国		米国	
	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類	52.6%	8,239	56.1%	4,922	64.3%	8,447	59.2%	9,897	71.4%	11,481	31.2%	5,493
その他食料品・飲料・酒・たばこ	49.4%	10,899	47.1%	9,091	47.6%	9,112	48.8%	6,670	55.8%	13,982	52.1%	10,199
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.9%	46,338	2.4%	20,677	3.9%	30,483	2.5%	28,246	33.9%	59,638	2.7%	10,258
電気製品	10.0%	33,076	3.4%	15,242	7.8%	24,141	5.2%	24,969	28.4%	47,136	4.9%	14,198
化粧品・医薬品・トイレタリー	36.0%	19,681	28.2%	15,899	55.8%	16,575	44.1%	10,768	73.5%	30,605	9.0%	5,450
和服(着物)・民芸品	16.0%	13,196	4.6%	9,921	12.5%	12,126	10.7%	18,175	15.6%	17,316	27.1%	14,124
服(和服以外)・かばん・靴	27.0%	35,775	12.9%	38,488	37.7%	47,059	50.7%	33,315	34.5%	43,495	15.1%	18,639
マンガ・DVD・アニメ関連商品	7.3%	9,072	4.3%	7,878	7.1%	10,367	8.8%	9,623	6.8%	9,146	5.4%	5,687

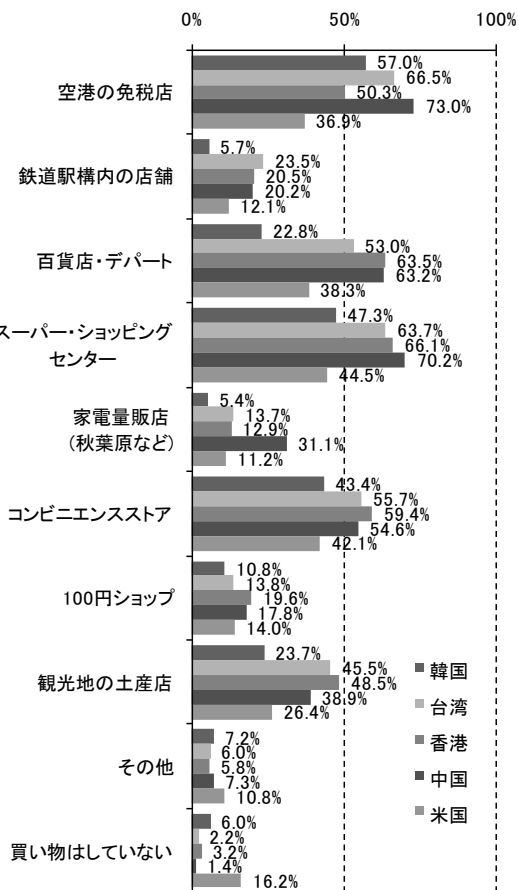
図表3-2 来訪目的別にみる費目別購入率および購入者単価（主要国籍別）

費目	国籍	来訪目的	韓国		台湾		香港		中国		米国	
			購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類		観光・レジャー	60.4%	4,622	69.4%	8,883	60.6%	10,160	74.9%	11,600	43.2%	4,031
		業務	52.6%	4,973	52.2%	7,202	40.6%	10,017	68.2%	11,804	22.1%	6,013
その他食料品・飲料・酒・たばこ		観光・レジャー	52.0%	7,740	51.8%	8,854	49.5%	6,336	56.7%	15,537	63.7%	11,450
		業務	43.7%	9,890	36.7%	8,910	37.5%	10,115	55.9%	12,960	42.6%	8,424
カメラ・ビデオカメラ・時計		観光・レジャー	2.2%	16,842	3.9%	21,060	1.9%	17,132	31.0%	61,636	4.2%	10,760
		業務	2.3%	23,030	3.6%	37,772	6.3%	44,917	39.9%	58,759	0.3%	29,000
電気製品		観光・レジャー	3.7%	18,144	7.9%	19,943	5.1%	9,509	36.6%	45,870	6.3%	11,373
		業務	3.3%	11,722	6.8%	29,311	6.3%	50,000	22.6%	51,897	2.7%	12,302
化粧品・医薬品・トイレタリー		観光・レジャー	35.1%	15,428	60.3%	16,359	46.7%	10,730	78.2%	35,538	13.7%	4,422
		業務	22.5%	14,677	42.1%	14,757	21.9%	13,956	70.1%	24,780	4.7%	6,771
和服(着物)・民芸品		観光・レジャー	6.5%	7,913	15.2%	6,345	11.1%	18,883	21.8%	20,353	38.4%	14,622
		業務	3.3%	11,972	5.8%	57,335	12.5%	8,967	9.4%	9,455	22.1%	14,724
服(和服以外)・かばん・靴		観光・レジャー	14.1%	21,451	42.9%	28,984	52.7%	32,772	39.4%	41,220	15.3%	21,058
		業務	7.4%	31,333	21.9%	28,120	21.9%	27,300	25.7%	38,873	10.1%	15,648
マンガ・DVD・アニメ関連商品		観光・レジャー	5.8%	8,818	7.7%	8,189	9.2%	10,040	7.3%	8,189	6.8%	5,167
		業務	3.3%	6,063	5.4%	7,501	6.3%	1,000	4.2%	4,430	3.0%	3,879

(3) 買物場所

- 買物場所を国籍別にみると、「空港の免税店」は台湾と中国、「百貨店・デパート」は香港と中国、「観光地の土産店」は台湾と香港での利用率が高い。また、「家電量販店」では中国人の利用率が31.1%と圧倒的に高い(図表 3-3)。

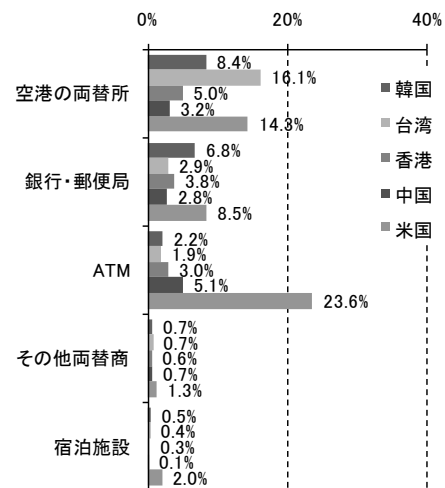
図表 3-3 買物場所 (主要国籍別、複数回答)



(4) 利用した金融機関と決済方法

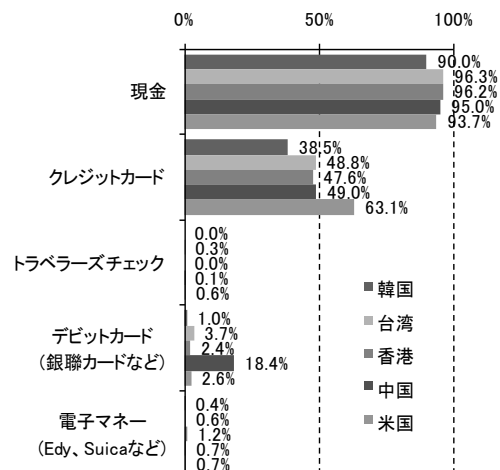
- 利用した金融機関を国籍別にみると、米国では「ATM (現金自動預払機)」の利用率が他国籍に比べ際だって高い(図表 3-4)。

図表 3-4 利用金融機関 (主要国籍別、複数回答)



- 決済方法ではいずれの国籍も「現金」が9割以上を占める。次いで「クレジットカード」の利用率が高い。「デビットカード」の利用率は中国で18.4%と高い。「電子マネー」の利用率は香港で1.2%となっている(図表 3-5)。

図表 3-5 利用決済方法 (主要国籍別、複数回答)

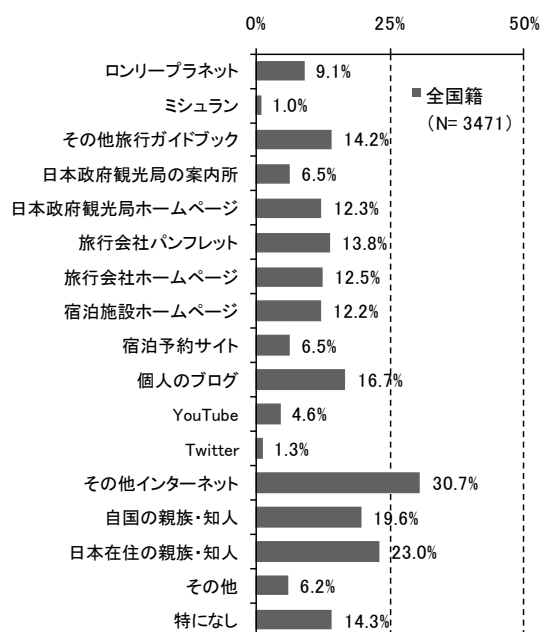


4. 旅行情報源

(1) 出発前に得た旅行情報

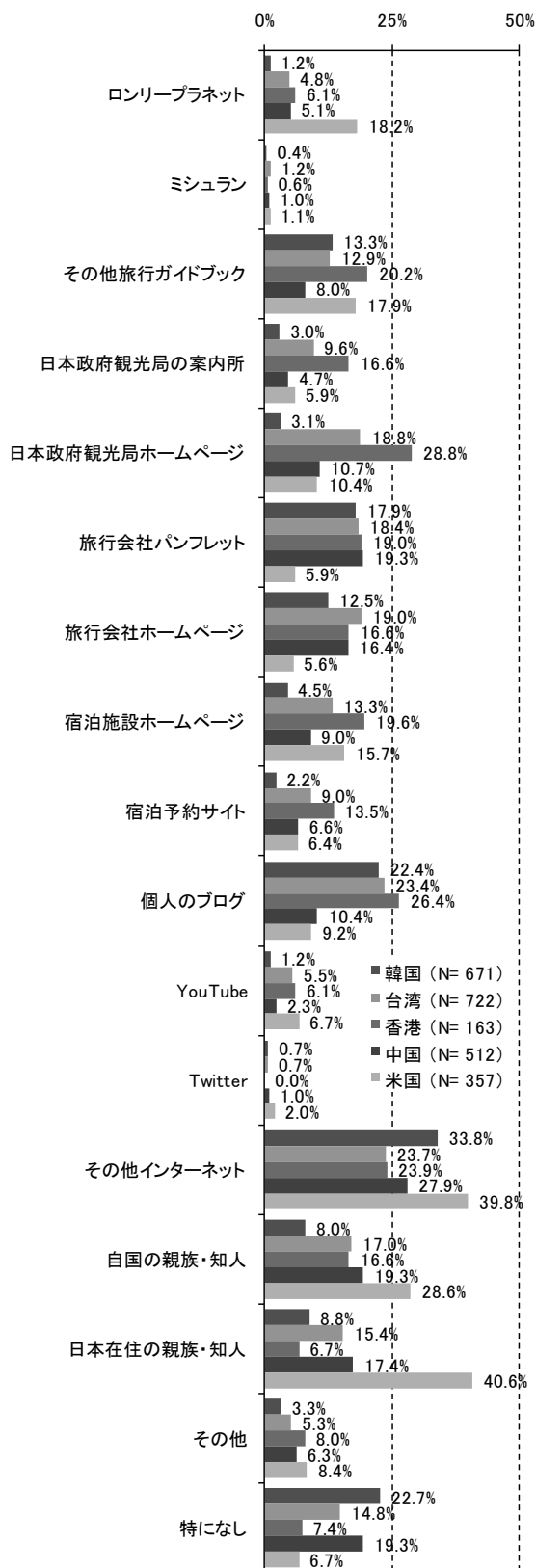
- 出発前に得た旅行情報で役に立ったものは、ガイドブックでは「ロンリープラネット」が9.1%、「ミシュラン」が1.0%、「その他旅行ガイドブック」が14.2%となっている（図表4-1）。
- 「日本政府観光局の案内所」の選択率は6.5%、「日本政府観光局ホームページ」の選択率は12.3%であった。
- インターネット媒体も幅広く利用されており、中でも「個人のブログ」(16.7%)をあげる回答が多い。
- 知人からの口コミでは、今期も「日本在住の親族・知人」が23.0%と前期(29.2%)に引き続き高かった。
- 国籍別にみると、韓国では「その他インターネット」が33.8%、「個人のブログ」が22.4%と高い。また、「特になし」も22.7%と他国籍に比べて高い（図表4-2）。
- 台湾では「その他インターネット」が23.7%、「個人のブログ」が23.4%と高い。
- 香港では、「日本政府観光局ホームページ」が28.8%と他国籍に比べて高く、「個人のブログ」が26.4%、「その他インターネット」が23.9%と高い。
- 中国では、「その他インターネット」が27.9%、「旅行会社パンフレット」と「自国の親族・知人」がそれぞれ19.3%と高い。
- 米国では、「日本在住の親族・知人」が40.6%であり、他国籍に比べ圧倒的に高い。また、「その他インターネット」が39.8%、「自国の親族・知人」が28.6%と高い。

図表 4-1 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(全国籍、複数回答)



注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

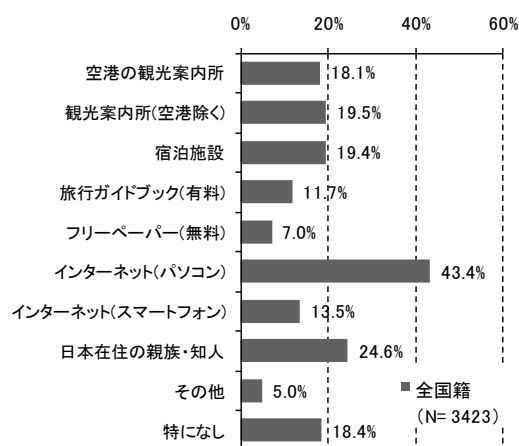
図表 4-2 出発前に得た旅行情報で役に立ったもの
(主要国籍別、複数回答)



(2) 日本滞在中に得た旅行情報

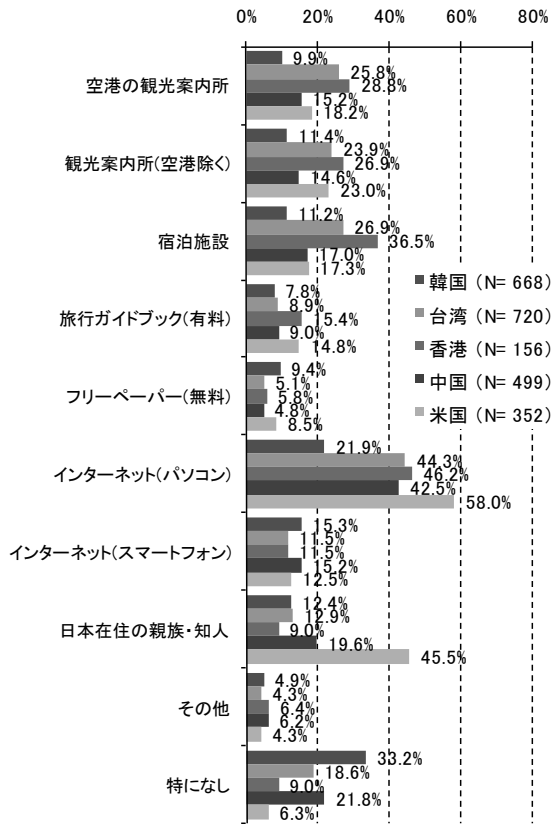
- 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったものでは、「インターネット (パソコン)」43.4%、「日本在住の親族・知人」24.6%の割合が高い (図表 4-3)。

図表 4-3 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「インターネット (パソコン)」及び「日本在住の親族・知人」では米国 (それぞれ 58.0%、45.5%) の高さが目立つ。このほか、観光案内所では台湾や香港、「宿泊施設」では香港の選択率の高さが目立つ (図表 4-4)。

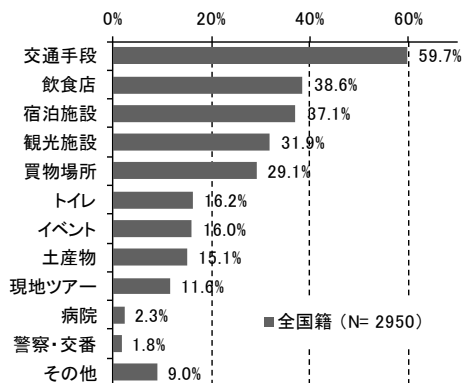
図表 4-4 日本滞在中に得た旅行情報で役に立ったもの(主要国籍別、複数回答)



(3) 日本滞在中にあると便利な情報

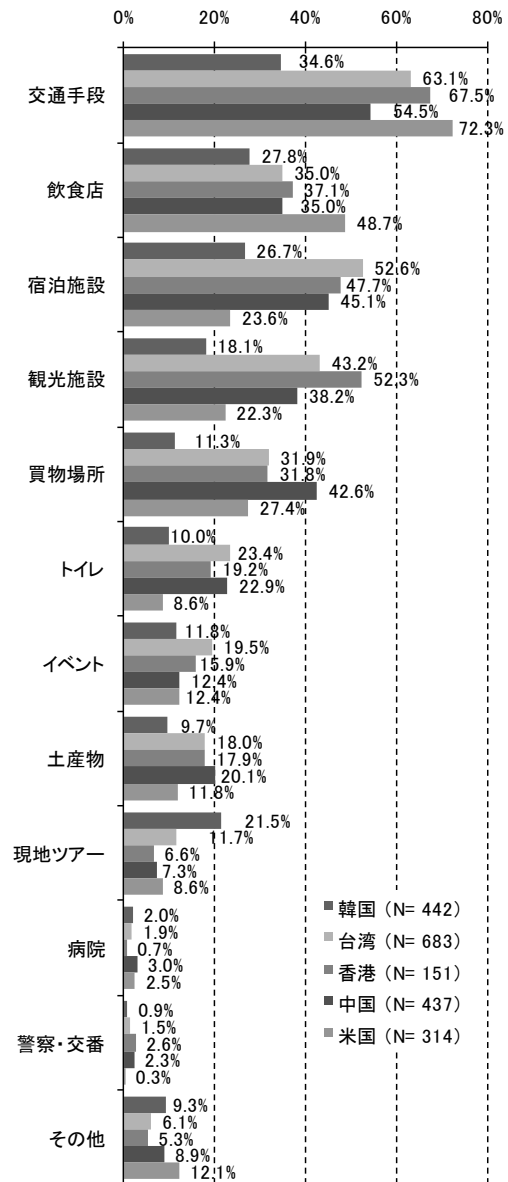
- 日本滞在中にあると便利な情報では、「交通手段」が59.7%と圧倒的に多く、次いで「飲食店」38.6%、「宿泊施設」37.1%の順で希望する声が多かった(図表 4-5)。

図表 4-5 日本滞在中にあると便利な情報(全国籍、複数回答)



- 国籍別にみると、「交通手段」、「飲食店」の情報は米国での選択率が高い。「宿泊施設」の情報は台湾、「観光施設」の情報は香港での選択率が高い。このほか、「買物場所」や「土産店」などの選択率は中国で高く、「現地ツアー」は韓国での選択率が高い(図表 4-6)。

図表 4-6 日本滞在中にあると便利な情報(主要国籍別、複数回答)

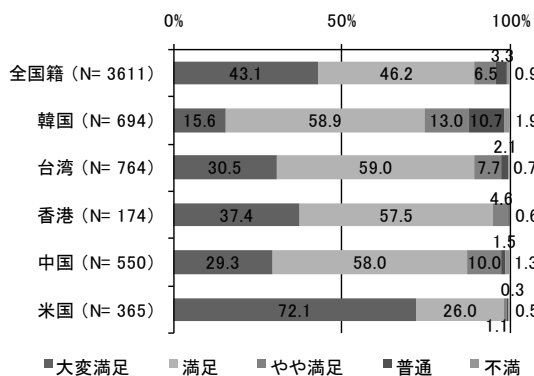


5. 満足度と再訪意向

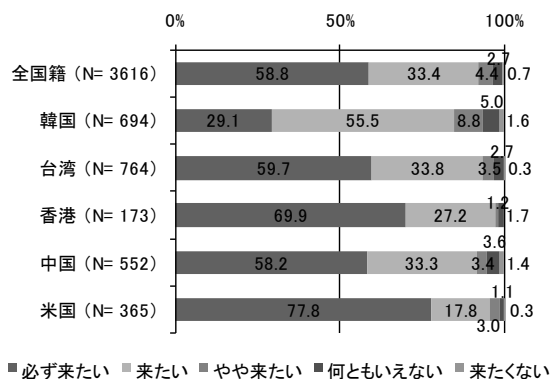
(1) 訪日旅行全体の満足度と再訪意向

- 今回の訪日旅行全体の満足度は「大変満足」43.1%、「満足」46.2%である(図表 5-1)。
- 米国では「大変満足」の割合が72.1%で、主要国籍の中で最も高い。東アジアでは、今期も香港が37.4%と高い。主要国籍以外では、英国、フランス、ロシア、オーストラリアで「大変満足」の比率が7割を超えている。
- 再訪意向は「必ず来たい」が58.8%、「来たい」が33.4%である(図表 5-2)。

図表 5-1 訪日旅行の満足度(主要国籍別)



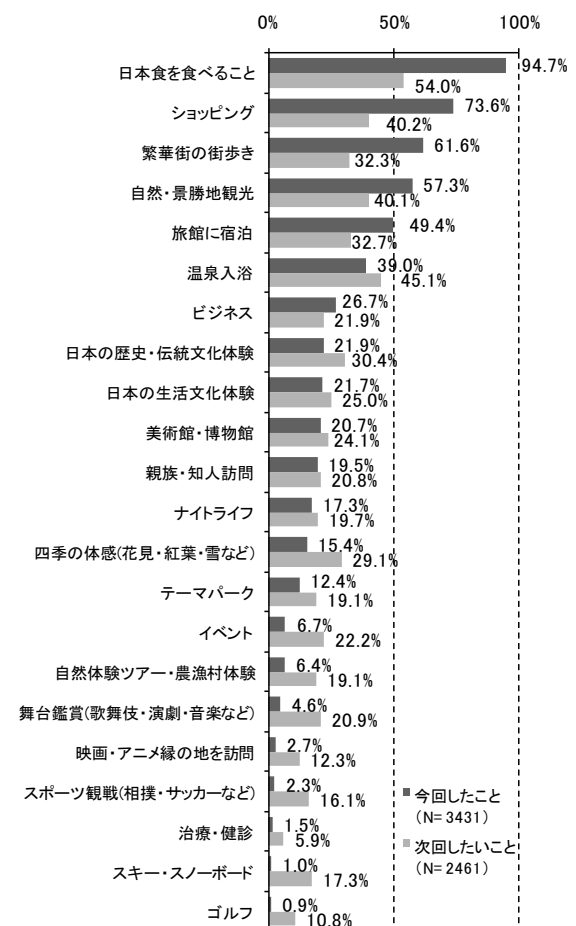
図表 5-2 訪日旅行者の再訪意向(主要国籍別)



(2) 今回実施した活動と次回実施したい活動

- 今回実施した活動は「日本食を食べること」94.7%、「ショッピング」73.6%、「繁華街の街歩き」61.6%の順で多い(図表 5-3)。
- 次回実施したいことは、「日本食を食べること」54.0%、「温泉入浴」45.1%が高い。
- 今回実施率より次回実施希望率が高い活動は、「スキー・スノーボード」「ゴルフ」「スポーツ観戦」などがあげられる。

図表 5-3 今回実施した活動と次回実施したい活動(全国籍、複数回答)

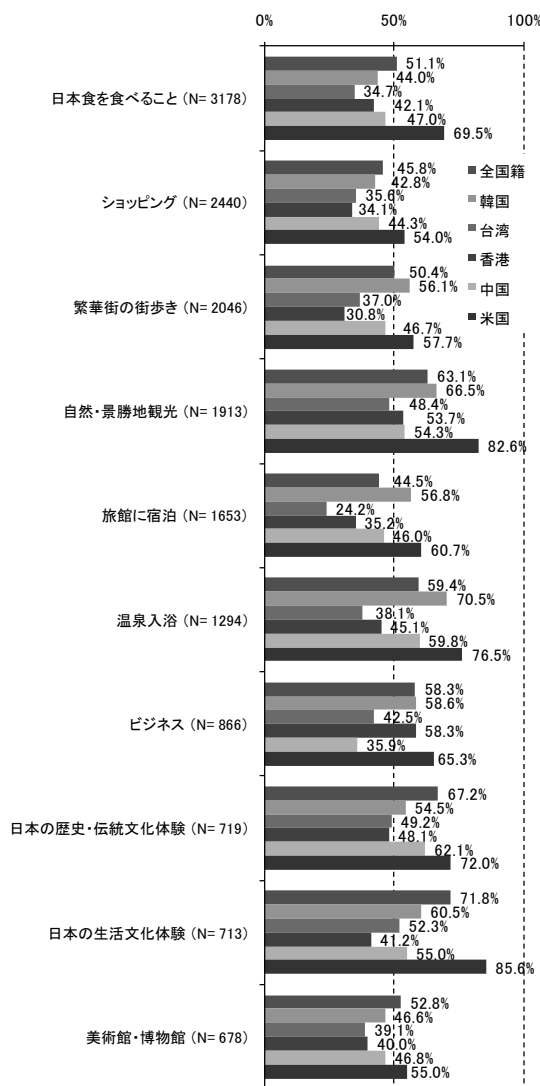


注) この章に示す調査結果は、「訪日外国人消費動向調査」と同時に実施した旅行の満足度や再来訪意向等の意識調査より得られたものである。回答は任意としているため、必ずしも全調査対象者が回答しているとは限らない。なお、この章で示す『全体(全国籍)』の値は、訪日外客数によるウェイトバック集計を行っていない。

(3) 活動別にみる満足度

- 今回実施した活動に対して「期待以上」「期待通り」「不満」の3段階評価で満足度を尋ねた。活動の実施率上位10位までの活動について「期待以上」の比率をみると、「自然・景勝地観光」「日本の歴史・伝統文化体験」「日本の生活文化体験」が6割超と高い。国籍別では、どの活動でも米国の満足度が高い(図表5-4)。

図表 5-4 期待以上だった活動 (主要国籍別、実施率上位10活動)



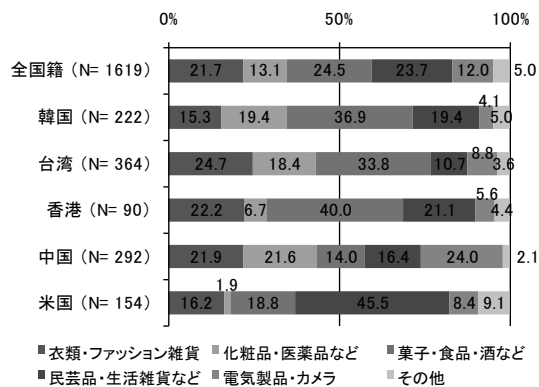
(4) 最も満足した購入商品

- 今回の訪日旅行で購入した商品のうち、最も満足したものを1つ自由に回答してもらい、図表5-5に示す区分に分類して集計を行った。結果、「衣類・ファッション雑貨」21.7%、「化粧品・医薬品など」13.1%、「菓子・食品・酒など」24.5%、「民芸品・生活雑貨など」23.7%、「電気製品・カメラ」12.0%、「その他」5.0%という分布となった(図表5-6)。

図表 5-5 最も満足した購入商品 商品区分

商品大区分	商品小区分
衣類・ファッション雑貨	衣類
	ファッション雑貨(時計含む)
化粧品・医薬品など	化粧品
	香水
	医薬品・健康グッズ
菓子・食品・酒など	菓子類
	その他食品
	酒・タバコ類
民芸品・生活雑貨など	民芸品・工芸品
	生活雑貨
	書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品
	まんが・アニメ・キャラクター関連
	スポーツ関連
電気製品・カメラ	電気製品
	カメラ
その他	その他商品
	サービス
	その他

図表 5-6 最も満足した購入商品 (商品大区分、主要国籍別)



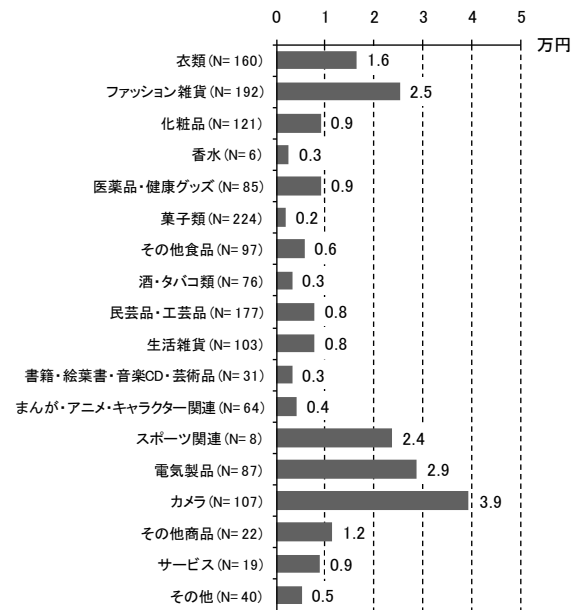
- 国籍別に、最も満足した購入商品（小区分）の比率をみると、韓国、台湾、香港では「菓子類」（それぞれ 21.6%、22.8%、20.0%）、中国では「化粧品」（15.4%）、米国では「民芸品・工芸品」（26.6%）の割合が高い。また、中国では「電気製品」「カメラ」の割合が他の国籍に比べて高い（図表 5-7）。

図表 5-7 最も満足した購入商品
（商品小区分、主要国籍別）

商品小区分	国籍 (%)				
	韓国	台湾	香港	中国	米国
衣類	5.4	12.4	14.4	8.9	7.1
ファッション雑貨	9.9	12.4	7.8	13.0	9.1
化粧品	10.8	6.6	3.3	15.4	1.9
香水	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0
医薬品・健康グッズ	8.6	11.8	3.3	5.5	0.0
菓子類	21.6	22.8	20.0	8.2	8.4
その他食品	9.9	5.8	14.4	2.7	7.8
酒・タバコ類	5.4	5.2	5.6	3.1	2.6
民芸品・工芸品	5.9	3.3	3.3	6.2	26.6
生活雑貨	8.1	3.3	7.8	5.8	7.1
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	1.4	1.4	3.3	1.0	3.2
まんが・アニメ・キャラクター関連	3.6	2.7	6.7	3.1	7.8
スポーツ関連	0.5	0.0	0.0	0.3	0.6
電気製品	2.3	5.2	2.2	9.2	1.9
カメラ	1.8	3.6	3.3	14.7	6.5
その他商品	1.4	1.4	2.2	0.3	1.9
サービス	0.9	0.5	0.0	0.3	1.9
その他	2.7	1.6	2.2	1.4	5.2
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
標本数	222	364	90	292	154

- 最も満足した購入商品（小区分）の単価をみると、「カメラ」3.9万円、「電気製品」2.9万円、「ファッション雑貨」2.5万円の順で高い（図表 5-8）。

図表 5-8 最も満足した購入商品の単価
（商品小区分、全国籍）



- 満足した理由（自由回答）を 10 区分に分類して集計を行ったところ、「品質が良いから」「デザインが良い・かわいい・きれい」「おいしいから」など、品質に関する回答が全体の 5 割強を占める。このほか、「衣類・ファッション雑貨」では「価格が手頃・自国より安いから」、「化粧品・医薬品など」や「電気製品・カメラ」では「日本製だから」とする回答が多かった（図表 5-9）。

図表 5-9 最も満足した購入商品についてその理由
（商品大区分、全国籍）

商品大区分	満足した理由	理由 (%)										合計
		標本数	品質が良いから	デザインが良い・かわいい・きれい	おいしいから	日本製だから	伝統的・日本独特なものだから	好きなブランド・商品だから	自国で入手が難しいから	お土産にいいから・頼まれたから	価格が手頃・自国より安いから	
衣類・ファッション雑貨	325	18.5	35.7	0.0	11.7	1.8	4.0	6.2	3.1	17.5	1.5	100.0
化粧品・医薬品など	187	40.6	1.1	0.0	24.1	0.5	10.2	2.7	5.3	9.6	5.9	100.0
菓子・食品・酒など	363	2.8	4.4	59.2	4.1	9.4	1.7	3.9	8.0	3.9	2.8	100.0
民芸品・生活雑貨など	363	17.6	25.9	0.0	6.1	11.8	7.2	7.2	17.4	3.9	3.0	100.0
電気製品・カメラ	180	46.1	3.3	0.0	21.7	0.0	2.8	5.0	2.2	16.1	2.8	100.0
その他	71	7.0	8.5	40.8	4.2	4.2	0.0	2.8	5.6	2.8	23.9	100.0
合計	1,489	20.0	16.1	16.4	10.9	5.8	4.6	5.1	8.1	9.0	4.0	100.0

Ⅱ 訪日外国人消費動向調査結果

1. 調査概要
2. 調査結果の利用上の注意

<集計表>

第1表	国籍別 標本属性および旅行内容	表 -1
第2表	居住地別 標本属性および旅行内容	表 -7
第3表	主な宿泊地別 標本属性および旅行内容	表-13
第4表	国籍別 費目別購入率および購入者単価	表-33
第5表	居住地別 費目別購入率および購入者単価	表-34
第6表	主な宿泊地別 費目別購入率および購入者単価	表-35
第7表	国籍別 1人1回当たり旅行消費単価	表-39
第8表	居住地別 1人1回当たり旅行消費単価	表-42
第9表	主な宿泊地別 1人1泊当たり旅行消費単価	表-45
参考表	国籍別 旅行情報源・活動内容・満足度など	表-65
付表	国籍別 都道府県別訪問率	表-74

<調査票>

日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）

1. 調査概要

(1) 調査対象者

日本を出国する訪日外国人

ただし、1年以上の滞在者、「永住者」「日本人の配偶者」「永住者の配偶者」「定住者」など日本に居住している人、日本に入国しないトランジット客、乗員を除く。

(2) 調査場所

下記 11 空海港の国際線ターミナル搭乗待合ロビー

※調査空海港：新千歳空港、仙台空港、新潟空港、東京国際空港（羽田空港）、成田国際空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、福岡空港、那覇空港、博多港

注) 新潟空港は調査便欠航等の理由により今期は調査を実施していない。

(3) 調査時期

平成 23 年 10 月 6 日（木）～11 月 27 日（日）

(4) 調査方法

10 言語対応のタッチパネル式 PC または紙調査票を用い、外国語を話せる調査員による聞き取り調査を実施

※調査対応言語：英語、韓国語、中国語（繁体字、簡体字）、タイ語、フランス語、ドイツ語、ロシア語、イタリア語、スペイン語

(5) 調査標本数

ビジット・ジャパン事業の重点市場である 15 の国・地域別に目標サンプル数を設定、合計 6,500 サンプルを目標に調査を実施し、6,829 サンプル（うち旅行中支出額の有効サンプル数は 6,766 サンプル）の回答を得た。

(6) その他

本調査は、統計法（平成 19 年法律第 53 号）第 2 条に規定する一般統計として実施した。なお、一般統計の実施と併せ、旅行の満足度や再訪意向等の意識調査を同時に行った。

2. 調査結果の利用上の注意

(1) 国籍別ウェイトバック集計の実施

本調査の標本は国籍毎に抽出率が異なるため、母集団構成に合わせることを目的として国籍別ウェイトバック集計を行った。具体的には、第 1 表、第 4 表、第 7 表（国籍別集計表）の『全体』列に係る数値（標本数を除く）について、ビジット・ジャパン事業の重点市場である 15 の国・地域と「それ以外の国・地域」の 16 区分の訪日外客数を元に重み付けを行って算出した（居住地別や主な宿泊地別のウェイトバック集計は行っていないため、第 2 表、第 3 表、第 5 表、第 6 表、第 8 表、第 9 表では『全体』列の表記がない点に留意されたい）。

なお、参考表（一般統計と併せて実施した任意調査の結果）の『全体』列に係る数値については国籍別ウェイトバック集計を行っておらず、標本全体の平均値を掲示している点に留意されたい。

(2) 旅行支出額の円換算方法

旅行支出額については、円または自国の通貨で調査し、原則として IMF（国際通貨基金）公表の日次データによる調査期間中平均値を用いて円換算した。但し、IMF にデータが無い台湾ドル、香港ドルなどについては、FRB（連邦準備制度理事会）の資料を基に円換算を作成した。

(3) その他の注意点

集計事項により、標本数が小さい数値については、取り扱いに留意されたい。

調査結果中の合計値は、四捨五入の関係で一致しない場合がある。また、一部に無回答データが存在することから、合計値と内訳の積算値は必ずしも一致しない。

訪日外国人の消費動向
平成 23 年 10-12 月期 報告書

発 行 平成 24 年 1 月

編 集 国土交通省観光庁参事官
(観光経済担当)

〒100-8918

東京都千代田区霞が関 2 丁目 1 番 3 号

電話 代表 03 (5253) 8111

内線 27212、27216

直通 03 (5253) 8325

URL <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>